

3.1

Logo

Versão principal

O logo é o principal elemento visual da marca Rometal. Estas são as versões feitas para serem usadas em todos os tipos de comunicação.



3.1

Logo

Versão para fundos escuros

O logo é o principal elemento visual da marca Rometal. Estas são as versões feitas para serem usadas em todos os tipos de comunicação.



PANTONE 295 C
RO GO B82
C100 M69 Y8 K54
#000052



PANTONE 311 C
R5 G195 B221
C68 MO Y13 KO
#05C3DD

3.1

Logo

Versão para fundos claros

O logo é o principal elemento visual da marca Rometal. Estas são as versões feitas para serem usadas em todos os tipos de comunicação.



PANTONE 295 C
RO GO B82
C100 M69 Y8 K54
#000052



PANTONE 311 C
R5 G195 B221
C68 MO Y13 KO
#05C3DD

3.1

Logo

Versão restrita

Para casos restritos, em que nossos materiais não possam ser apresentados em cores, utilizamos as versões negativa ou positiva do nosso logo.



PANTONE BLACK C
CO MO YO K100
RO GO BO
#000000

3.1

Logo

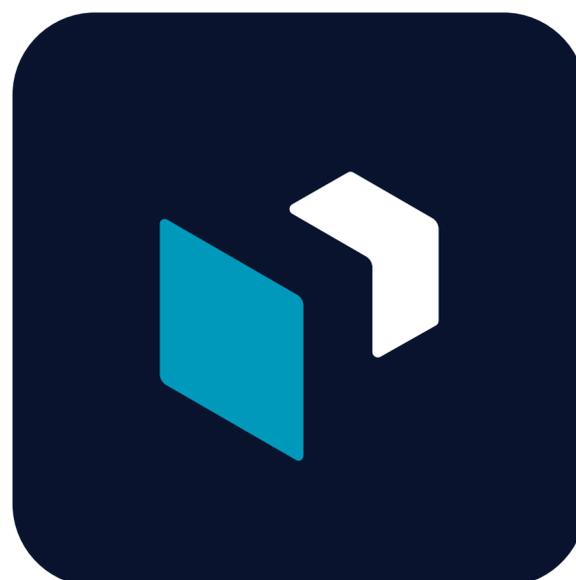
Avatar

O avatar é a redução máxima do logo mantendo características reconhecíveis.

Seu uso é pensado para redes sociais, peças digitais como favicon e situações onde o emprego de um ícone em espaço reduzido é necessário, como é o caso da aplicação em relevo em peças pequenas. (conferir página 27 sobre uso do logo em peças)

O avatar não substitui o logo.

Avatar



Favicon



64 px



32 px

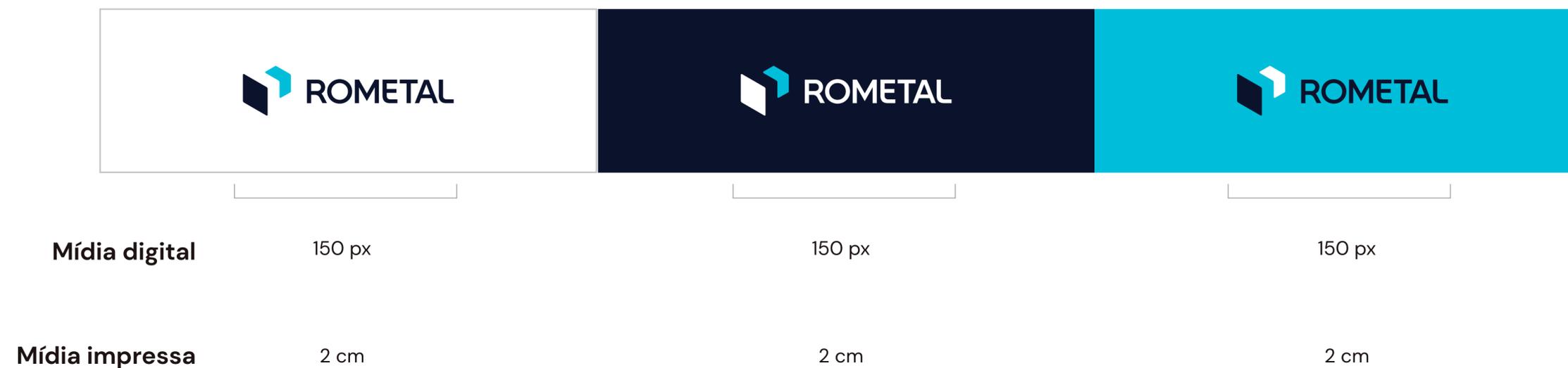
Importante: utilize sempre os arquivos originais do logo.

3.1

Logo

Dimensões mínimas

Para garantir a leitura do logo mesmo em áreas reduzidas, respeite as dimensões mínimas descritas neste guia.



Importante: utilize sempre os arquivos originais do logo.

3.1

Logo

Área de proteção

Para garantir legibilidade e reconhecimento, o logo deve ser aplicado com, no mínimo, [x] de distância de qualquer outro elemento gráfico, como ilustrado ao lado.

Essa é a chamada área de proteção do logo, que deve ser respeitada em todos os momentos de aplicação da marca.

A unidade de referência "x" é metade da altura do símbolo de nosso logo, devendo ser aplicada ao redor do logo Rometal.



Importante: utilize sempre os arquivos originais do logo.

3.1

Logo

Plataforma de marca

A plataforma de marca (ver página 15) pode ser aplicada nas peças Rometal em forma de texto ou aplicado junto ao logotipo. Sempre deve ser escrita na tipografia DM Sans.

Para peças em que a plataforma for aplicada junto ao logo, como um tagline, é importante seguir a área de proteção ao lado. Esteja sempre atento ao tamanho da aplicação, para que não se torne ilegível.



Importante: utilize sempre os arquivos originais do logo.

3.1

Logo

Usos incorretos

Nunca altere o logo nem o reconstrua.

Para garantir o seu reconhecimento, use sempre os arquivos originais da marca.

Importante: utilize sempre os arquivos originais do logo.



Não distorcer.



Não rotacionar.



Não utilizar em linha.



Não aplicar sobre fundos sem contraste.



Não alterar a cor do logo.



Não alterar as proporções e características.



Não alterar a tipografia.



Não aplicar sobre fundos sem contraste.

3.2

Tipografia

Principal e alternativa

A família DM Sans é a tipografia principal da identidade Rometal. Sua combinação de formas geométricas com curvas humanistas ajuda a construir uma marca mais próxima e contemporânea. Ela deve ser utilizada em todos os materiais de comunicação.

A aplicação da tipografia deve priorizar a legibilidade e o contraste com o fundo.

Tipografia alternativa de sistema

Em situações em que não há controle e disponibilidade da DM Sans, deve-se utilizar a família Arial. Ex.: corpo de e-mail.

Tipografia para aplicativo

A família tipográfica DM Sans é a tipografia padrão para o uso em aplicativos para Rometal.

DOWNLOAD

<https://fonts.google.com/specimen/DM+Sans>

A TIPOGRAFIA DÁ PERSONALIDADE ÀS PALAVRAS

DM Sans

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z

Regular	<i>Regular</i>
Medium	<i>Medium</i>
Bold	<i>Bold</i>

3.3

Cores

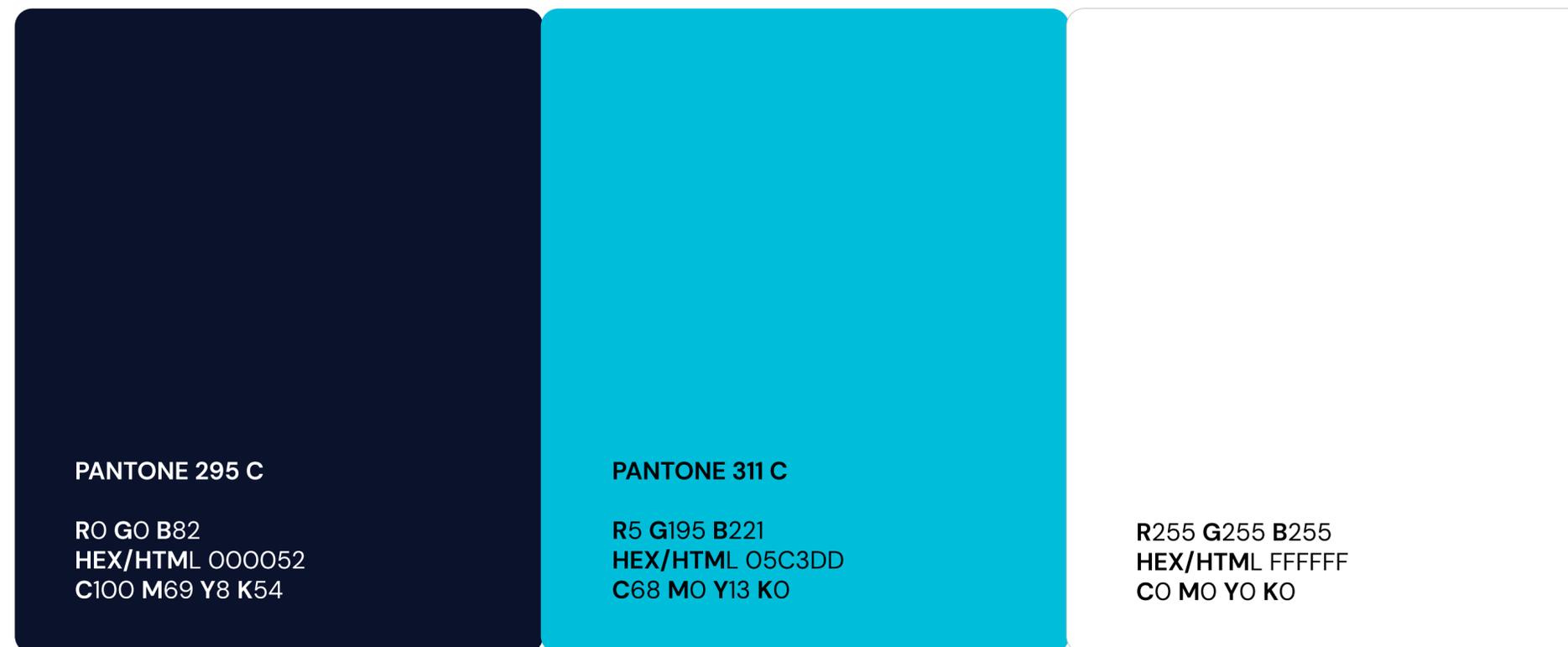
Principais e secundárias

As cores são importantes elementos de identificação da marca.

Os **dois tons de azul e o branco** são nossas cores preferenciais e devem permear toda a nossa comunicação.

A paleta secundária traz diversidade para os nossos materiais de comunicação. Pode ser utilizada como cor de fundo, em boxes ou grafismos.

Principais



Secundárias

